



Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Bagian Administrasi Akademik STIA LPPN Padang

**Daniel Jusari¹, Syamsu J², Siti Mutia Kosassy³,
Sinta Westika Putri⁵, Siti Osa Kosassy⁶**

Program Studi Administrasi Publik, STIA LPPN Padang^{1,2,4,5,6}

Prodi Keperawatan dan Kesehatan Masyarakat, Universitas Primanasantara Bukittinggi³

e-mail: danieljusari@stia-lppn.ac.id¹, syamsuj@stia-lppn.ac.id²,

smutiakosassy@gmail.com³, sintawestikaputri@stia-lppn.ac.id⁴, sitiosakosassy@stia-lppn.ac.id⁵

Abstrak

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa STIA LPPN Padang terhadap pelayanan akademik dan kemahasiswaan di STIA LPPN Padang yang diukur dari aspek berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*) yang berguna sebagai pedoman peningkatan kualitas pelayanan akademik dan kemahasiswaan STIA LPPN Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket menggunakan *google form*. Sampel penelitian yakni sebanyak 82 orang mahasiswa angkatan 2019, 2020, 2021 dan 2022. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pelayanan administrasi kemahasiswaan STIA LPPN pada kategori baik yakni dengan presentase 83,52%.

Kata Kunci: *Pelayanan Akademik, Pelayanan Publik, Mahasiswa.*

Abstract

The purpose of this study was to determine the perceptions of STIA LPPN Padang students on academic and student services at STIA LPPN Padang as measured by tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy which are useful as guidelines for improving the quality of academic and student services at STIA LPPN Padang. This research uses a quantitative descriptive approach. This research was conducted by distributing questionnaires using google form. The research sample was 67 students from batches 2019, 2020, 2021 and 2022. The results of this study indicate that STIA LPPN's student administration services are in the good category, namely with a percentage of 83.52%.

Keywords: *Academic Services, Public Services.*

PENDAHULUAN

Peran pendidikan Peran pendidikan dalam kehidupan saat ini sangatlah penting, tingkat persaingan dan kebebasan juga semakin meningkat, terutama dalam bidang pendidikan tinggi. Perguruan tinggi sebagai tempat yang strategis diharapkan mampu menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu bersaing di dunia kerja baik di dalam maupun di luar negeri (Maisah et al., 2020). Persaingan yang semakin ketat antar perguruan tinggi menuntut lembaga pendidikan untuk memperhatikan mutu pendidikan dan

kelembagaannya agar mampu unggul dalam persaingan tersebut (Oktavia & Hasrul, 2020). Oleh karena itu, perguruan tinggi harus meningkatkan aspek pelayanan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat ini.

Salah satu kunci untuk dalam era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia pendidikan tinggi semakin ketat. Banyak perguruan tinggi yang berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dan unggul dalam bidangnya. Salah satu kunci untuk memenangkan persaingan ini adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen, yaitu mahasiswa (Hartanto et al., 2019). Lebih lanjut menurut Istiningtyas, (2017) Untuk memenangkan persaingan dalam dunia pendidikan, sangat penting untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh mahasiswa. secara umum, kesesuaian antara keinginan atau persepsi konsumen dan manajemen keinginan organisasi atau perguruan tinggi memang merupakan faktor penting dalam keberhasilan proses pendidikan.

Dalam konteks pendidikan tinggi, konsumen dapat merujuk pada mahasiswa, orang tua, atau bahkan pemangku kepentingan lainnya yang terlibat dalam proses pendidikan (Diana, 2023). Keinginan atau persepsi konsumen dapat berupa harapan mereka terhadap pengalaman belajar yang baik, kualitas fasilitas dan layanan, dukungan akademik dan karir, atau bahkan aspek lain seperti biaya dan jadwal.

Sementara itu, manajemen keinginan organisasi atau perguruan tinggi dapat merujuk pada strategi dan upaya organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, yang dapat mencakup berbagai hal seperti pengembangan program akademik, rekrutmen staf dan fakultas berkualitas, perbaikan infrastruktur dan fasilitas, serta pengembangan layanan pendukung yang memadai (Riniwati, 2016). Dalam hal ini, kesesuaian antara keinginan atau persepsi konsumen dan manajemen keinginan organisasi atau perguruan tinggi sangat penting untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang berhasil (Istiningtyas, 2017). Ketika keinginan atau persepsi konsumen tidak terpenuhi, mereka mungkin merasa tidak puas atau bahkan meninggalkan proses pendidikan, yang dapat berdampak negatif pada kualitas dan reputasi organisasi atau perguruan tinggi. Sebaliknya, ketika manajemen keinginan organisasi atau perguruan tinggi tidak memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, mereka mungkin kehilangan siswa atau mendapatkan reputasi buruk di kalangan pemangku kepentingan, yang juga dapat mempengaruhi keberhasilan proses pendidikan.

Oleh karena itu, penting bagi organisasi atau perguruan tinggi untuk secara terus-menerus memantau dan mengevaluasi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mengembangkan strategi yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga menciptakan lingkungan pendidikan yang sukses dan berkelanjutan.

Di STIA LPPN Padang, mahasiswa merupakan pihak yang langsung terlibat dalam proses pelayanan yang dilaksanakan suatu institusi pendidikan. Pelayanan jasa di lingkungan institusi yang baik harus memperhatikan faktor penentu mutu jasa pelayanan yaitu:

1. Berwujud (*tangible*), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan dosen/staf administrasi dan pengurus program studi untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemampuan dari dosen/staf administrasi dan pengurus program studi membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat dan bermakna serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan.
4. Kepastian (*assurance*), yaitu kemampuan dari dosen/staf administrasi dan pengurus program studi untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada mahasiswa.
5. Empati (*emphaty*), yaitu kesediaan dosen/staf administrasi dan pengurus program studi untuk lebih peduli dan memberikan perhatian secara pribadi kepada mahasiswa.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian "deskriptif" dengan pendekatan "kuantitatif". Statistik deskriptif berfungsi untuk memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Sampel pada penelitian ini adalah 82 mahasiswa dari 230 populasi mahasiswa angkatan 2019, 2020, 2021 dan 2022. Menurut Roflin & Liberty, (2021) jika populasi kurang dari 100 orang, maka ukuran sampel diambil secara keseluruhan, jika populasi lebih dari 100 orang, maka ukuran sampel dapat diambil 10%-15% atau 20%-25%. Pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi langsung dengan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Kategori yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Kurang Baik (KB), Cukup Baik (CB), Baik (B) dan Sangat Baik (SB) dengan skor KB = 1, CB = 2, B = 3 dan SB = 3.

Analisis data dilakukan dengan menghitung rata-rata kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa terhadap *tangibles*, *reliability*, *power*, daya tanggap, jaminan, dan empati menggunakan *google form*. Dengan menggunakan metode statistik perhitungan rumus berarti (rata-rata) dan presentasi.

Tabel. 1 Kategori Penilaian

Kategori	Interval
Sangat Baik	91%-100%
Baik	76%-90%
Cukup Baik	61%-75%
Kurang	<60%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh melalui angket yang disebarakan melalui *google form* kepada mahasiswa STIA LPPN angkatan 2019, 2020, 2021 dan 2022 yang dijadikan sampel. Hasil penelitian sesuai dengan (Sofiaty et al., 2018) yang menyatakan lima dimensi kualitas pelayanan publik, berwujud (*tangible*) berkaitan dengan penampilan fisik dan fasilitas yang dapat dilihat oleh pelanggan, seperti kebersihan, kualitas peralatan, dan ketersediaan media

komunikasi yang memadai. Kepercayaan atau keandalan (*reliability*) mencakup kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara konsisten dan tepat waktu, sehingga pelanggan dapat mempercayai layanan yang diberikan. Daya tanggap (*responsiveness*) berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, termasuk memberikan solusi atau jawaban atas keluhan dan pertanyaan pelanggan dengan cepat dan tepat. Keahlian (*assurance*) mencakup kemampuan personel dalam memberikan pelayanan dengan kompeten dan percaya diri, sehingga pelanggan merasa yakin dan nyaman dengan layanan yang diberikan. Empati (*empathy*) mencakup kemampuan personel untuk memahami dan merespons perasaan dan kebutuhan pelanggan dengan baik, sehingga pelanggan merasa dihargai dan diakui kebutuhan dan perasaannya.

Hasil penelitian (Roflin & Liberty, 2021) kualitas administrasi mempengaruhi loyalitas mahasiswa terhadap perguruan tinggi. Jika administrasi perguruan tinggi baik, maka mahasiswa akan merasa lebih nyaman dan puas dengan layanan yang diberikan, seperti pelayanan akademik, fasilitas kampus, dan lain sebagainya (Hanifa et al., 2019). Hal ini dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa terhadap perguruan tinggi dan memotivasi mereka untuk tetap belajar dan berkontribusi dalam lingkungan kampus. Kualitas layanan administrasi merupakan salah satu strategi untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Pendidikan berkualitas harusnya menjamin semua strata pendidikan termasuk dalam suatu sistem. Berikut persepsi mahasiswa terhadap pelayanan administrasi STIA LPPN Padang dideskripsikan dalam tabel berikut :

Tabel 2. Aspek *Tangibles*

No	Aspek yang dinilai	Rata-rata	%	Kategori
1	Administrasi rapi dan teratur	3,5	77,5	Baik
2	Ruang Pelayanan nyaman	3,3	82,5	Baik
3	Kantor tertata dan bersih	3,1	77,5	Baik
Rata-rata		3,3	82,5	Baik

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa persepsi mahasiswa terhadap aspek tangible (sarana dan prasarana layanan administarsi) yaitu baik dengan persentase 82,5. Aspek yang paling rendah yaitu administrasi yang rapid an teratur dan tata ruangan yang rapi sebesar 77,5% dengan kategori baik. Sedangkan aspek tertinggi yaitu ruang pelayanan yang nyaman sebesar 82,5% dengan kategori baik. Tangibles dalam konteks layanan administrasi merujuk pada sarana dan prasarana fisik yang digunakan untuk memberikan layanan tersebut.

Tabel 3. Aspek *Reliability*

No	Aspek yang dinilai	Rata-rata	%	Kategori
1	Memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam memberikan pelayanan	3,3	82,5	Baik
2	Prosedur penyampain informasi jelas dan mudah dimengerti	3,4	85	Baik
3	Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, cepat dan tepat	3,4	85	Baik

4	Memberikan pelayanan memuaskan sesuai kebutuhan	3,2	80	Baik
5	Menunjukkan disiplin kerja	3,2	80	Baik
Rata-rata		3,3	83	Baik

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa persepsi mahasiswa terhadap aspek *reliability* (kehandalan staf administrasi dalam pelayanan) yaitu badengan persentase 83%. Aspek yang paling rendah yaitu Memberikan pelayanan dan memuaskan sesuai kebutuhan, cepat dan Menunjukkan disiplin kerja sebesar 80% dengan kategori baik. Sedangkan aspek tertinggi yaitu menunjukkan disiplin kerja dengan kategori baik.

Tabel 4. Aspek *Responsiveness*

No	Aspek yang dinilai	Rata-rata	%	Kategori
1	Memberikan respon terhadap permintaan pelayanan	3,1	77,5	Baik
2	Memberikan tanggapan secara cepat	3,1	77,5	Baik
3	Mahasiswa menunggu terhadap pelayanan tidak lama	3,2	82,5	Baik
4	Komunikasi mahasiswa dengan baik dengan berjalan	3,2	82,5	Baik
Rata-rata		3,3	80	Baik

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa persepsi mahasiswa terhadap aspek *responsiveness* (sikap tanggap staf administrasi dalam pelayanan) yaitu baik dengan persentase 82,5%. Aspek yang paling rendah yaitu tidak membiarkan mahasiswa menunggu antrian terlalu lama sebesar 77,5% dengan kategori baik. Sedangkan aspek tertinggi yaitu memberikan tanggapan terhadap permohonan pelayanan sebesar 85% dengan kategori baik.

Tabel 5. Aspek *Assurance*

No	Aspek yang dinilai	Rata-rata	%	Kategori
1	Memiliki sikap sopan	3,5	87,5	Baik
2	Memiliki sikap jujur	3,4	85	Baik
3	Memiliki sikap bias dipercaya	3,3	82,5	Baik
4	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan	3,3	82,5	Baik
Rata-rata		3,4	84,3	Baik

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa persepsi mahasiswa terhadap aspek *assurance* (jaminan/perlakuan staf adminstrasi pada mahasiswa) yaitu baik dengan persentase 84,3%.

Tabel 5. Aspek *Emphaty*

No	Aspek yang dinilai	Rata-rata	%	Kategori
1	Memberikan perhatian kepada mahasiswa	3,5	87,5	Baik
2	Memberikan saran yang baik kepada mahasiswa	3,4	85	Baik
3	Memberikan perlakuan yang adil kepada mahasiswa	3,3	82,5	Baik
Rata-rata		3,4	85	Baik

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa persepsi mahasiswa terhadap aspek empathy (pemahaman staf administrasi pada mahasiswa) yaitu baik dengan persentase 82,5%. Maka didapatkan rata-rata keseluruhan mengenai persepsi mahasiswa terhadap pelayanan STIA LPPN Padang yaitu tingkat capaian 83,25% dengan kategori baik.

Meningkatkan kepuasan konsumen (mahasiswa) terhadap pelayanan atau jasa yang diberikan sangat penting untuk memenangkan persaingan dalam dunia pendidikan tinggi di era globalisasi saat ini. Berikut adalah beberapa alasan mengapa hal ini penting:

1. Persaingan yang semakin ketat: Dalam era globalisasi saat ini, persaingan di dunia pendidikan tinggi semakin ketat. Perguruan tinggi di seluruh dunia berlomba-lomba untuk menarik mahasiswa terbaik dari seluruh dunia. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen, perguruan tinggi dapat memenangkan persaingan ini dan menarik lebih banyak mahasiswa.
2. Meningkatkan reputasi: Kepuasan konsumen dapat membantu meningkatkan reputasi perguruan tinggi. Jika mahasiswa merasa puas dengan pelayanan atau jasa yang diberikan, mereka akan merekomendasikan perguruan tinggi tersebut kepada teman dan keluarga mereka. Ini dapat membantu meningkatkan citra perguruan tinggi dan membuatnya lebih menarik bagi calon mahasiswa.
3. Meningkatkan retensi mahasiswa: Mahasiswa yang merasa puas dengan pelayanan atau jasa yang diberikan cenderung lebih loyal terhadap perguruan tinggi mereka. Mereka lebih mungkin untuk tetap menjadi mahasiswa di perguruan tinggi tersebut dan bahkan merekomendasikan perguruan tinggi tersebut kepada orang lain.
4. Meningkatkan efisiensi: Meningkatkan kepuasan konsumen juga dapat membantu meningkatkan efisiensi di perguruan tinggi. Jika mahasiswa merasa puas dengan pelayanan atau jasa yang diberikan, mereka akan menghabiskan lebih sedikit waktu dan energi untuk mengatasi masalah dan keluhan mereka. Ini dapat membantu meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional.

Dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen, perguruan tinggi dapat melakukan berbagai hal seperti meningkatkan kualitas pengajaran, menyediakan fasilitas yang baik, menawarkan program-program yang inovatif, memberikan dukungan akademik dan karir yang kuat, serta memperkuat hubungan dengan komunitas dan industri.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa data dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka diambil kesimpulan mengenai persepsi mahasiswa terhadap pelayanan STIA LPPN Padang sebagai berikut: Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan administrasi STIA LPPN Padang berada pada kategori baik dengan tingkat capaian 83,25% dengan rincian sebagai berikut :

- a. Aspek tangible (sarana dan prasarana layanan administrasi) sebesar 82,5% dengan kategori baik.

- b. Aspek reliability (kehandalan staf administrasi dalam pelayanan) sebesar 83% dengan kategori baik.
- c. Aspek responsiveness (sikap tanggap staf administrasi dalam pelayanan) sebesar 80% dengan kategori baik.
- d. Aspek assurance (jaminan/perlakuan staf administrasi pada mahasiswa) sebesar 84,3% dengan kategori baik.
- e. Aspek empathy (pemahaman staf administrasi terhadap kepentingan mahasiswa) sebesar 85% dengan kategori baik.

Dari rata-rata hasil persentase persepsi mahasiswa dilihat dari indikator pelayanan bidang administrasi akademik dengan tingkat capaian dengan rata-rata 83%, maka didapatkan kesimpulan rata-rata secara keseluruhan mengenai persepsi mahasiswa terhadap pelayanan bidang akademik STIA LPPN Padang yaitu dengan kategori baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, N. (2023). *MANAJEMEN MUTU PENDIDIKAN*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Hanifa, G., Sentosa, S. U., & Armianti, A. (2019). Pengaruh Persepsi Tentang Sarana Prasarana Perkuliahan Dan Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang). *Jurnal Ecogen*, 1(4), 837–846.
- Hartanto, C. F. B., Rusdarti, R., & Abdurrahman, A. (2019). Tantangan Pendidikan Vokasi di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Menyiapkan Sumber Daya Manusia yang Unggul. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)*, 2(1), 163–171.
- Istiningtyas, L. (2017). Survei Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Program Studi Psikologi Islam Fakultas Psikologi UIN Raden Fatah Palembang. *Psikis: Jurnal Psikologi Islami*, 3(2), 125–136.
- Maisah, M., Mahdayeni, M., Maryam, M., & Alhaddad, M. R. (2020). Penerapan 7p sebagai strategi pemasaran pendidikan tinggi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 325–333.
- Oktavia, Z., & Hasrul, H. (2020). Persepsi Mahasiswa terhadap Pelayanan Program Studi PPKn. *Journal of Civic Education*, 3(3), 295–305.
- Riniwati, H. (2016). *Manajemen sumberdaya manusia: Aktivitas utama dan pengembangan SDM*. Universitas Brawijaya Press.
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit NEM.
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).